



# Tesori di Lucania





UNA SCELTA FELICE FATTA DA TRE RAGAZZI AMANTI DELLA CUCINA SEMPLICE E GENUINA E MOSSI DALLA PASSIONE PER LA LORO TERRA. UN'AZIENDA GIOVANE MA GIÀ AFFERMATA, CON UN FATTURATO IN CRESCITA E UN CARNET DI CLIENTI COMPOSTO SOPRATTUTTO DA RISTORATORI TEDESCHI E INGLES

Simona Del Mastro  
Foto di Sara Carretta

Dal 2006 c'è una nuova vetrina per il tartufo e i prodotti enogastronomici lucani: si chiama Tesori di Lucania ed è un'azienda di Matera fondata da Roberto Lapolla e Angela Dragone, ai quali si è recentemente aggiunto Michele Dragone. Tre soci accumulati dall'intuizione, semplice ma vincente, di puntare tutto sulle eccellenze enogastronomiche lucane acquistate dai piccoli produttori locali sparsi nella regione ed esportate in tutto il mondo. Tra i prodotti più venduti, oltre al nobile tartufo, anche pasta, prodotti da forno, olio, vino, sott'oli, legumi, confetture, salumi e formaggi.

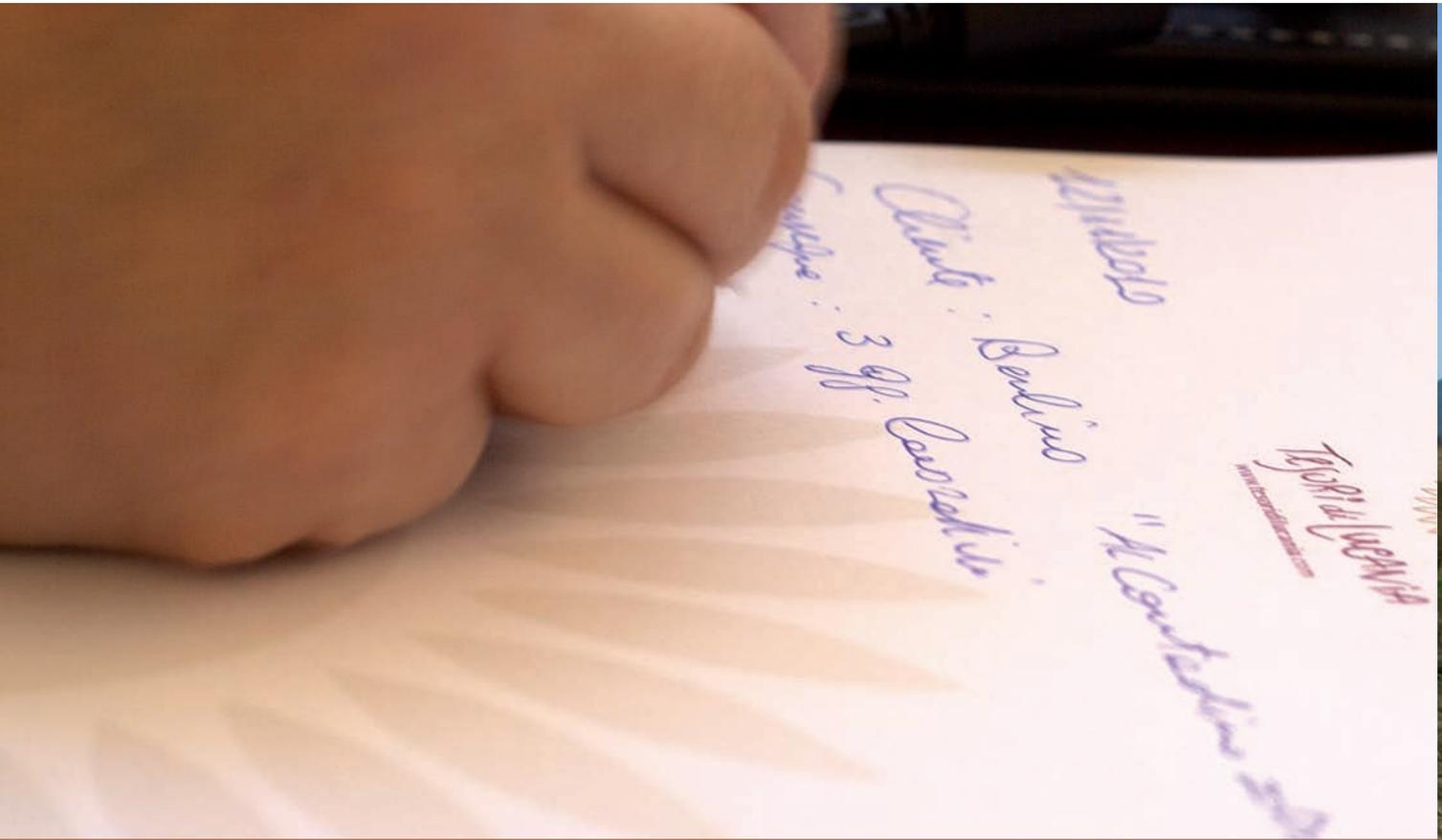
Roberto Lapolla, materano del '73, una laurea in economia aziendale conseguita a Torino nel 2004, con quella giusta dose di orgoglio che rappresenta il vero motore della sua attività, ci spiega che "Tesori di Lucania" si basa sull'esclusività delle specialità

che commercializza, tutte prodotte e trasformate in Basilicata.

Tra le specialità spicca il tartufo. Da sempre legato, nell'immaginario collettivo, a due regioni in particolare, l'Umbria e il Piemonte, in realtà il prodotto è di casa anche nelle vallate più fredde ed umide della Basilicata e trova il suo habitat naturale in associazione simbiotica con il pino specialmente lungo corsi d'acqua.

La specializzazione dell'azienda materana riguarda la varietà più nobile: il bianco pregiato, definito anche tuber magnatum e considerato il tartufo per eccellenza.

"All'inizio esportavamo prodotti derivati dal tartufo trasformato, tra i quali oli aromatizzati, salse tartufate e paté, - spiega Roberto Lapolla - mentre, da qualche tempo, abbiamo iniziato ad esportare il prodotto non trasformato, specialità



## UNA STORIA CHE PARTE DALL'AMORE PER LA LUCANIA

Per spiegare l'origine della sua idea imprenditoriale, Roberto racconta che sin da quando era uno studente lavoratore, andando spesso in giro per il mondo si è reso conto di quanto apprezzati fossero i prodotti italiani, e che mai ha notato, negli scaffali del Made in Italy, prodotti lucani. E lui, dopo la laurea, da appassionato della sua terra quale è, nonostante le ripetute offerte di lavoro che lo avrebbero obbligato a restare nel nord Italia, ha deciso di tornare in Basilicata per costruire qualcosa di concreto, mettendo a frutto i suoi studi di commercio e marketing internazionale.

Si sa che le intuizioni imprenditoriali vincenti sono quelle che si distinguono anche solo per un dettaglio apparentemente insignificante dalle innumerevoli altre. E i dettagli sono importanti nella storia di questa idea. Innanzitutto, la volontà di concentrarsi solo su prodotti realmente artigianali e fatti a mano, e poi quella di sfruttare la scarsa notorietà all'estero, ma anche in Italia, della Lucania in fatto di cibo e vino. Una notorietà talmente

scarsa da obbligare Roberto, nella maggior parte dei casi, a portare con sé la cartina dell'Italia per spiegare ai ristoratori dove si trova la Basilicata.

“La peculiarità dei nostri prodotti - spiega Lapolla - è l'altissima qualità che, da sola, ci mette al riparo dalla concorrenza. Siamo gli unici ad esportare beni di questo tipo per una nicchia di mercato che non può permettersi altro che il meglio. Conseguenza dell'altissima qualità è la forte deperibilità dei nostri prodotti che, essendo artigianali, non possono avere conservanti e vanno degustati il prima possibile per apprezzarne al massimo il gusto. Per questo non abbiamo un magazzino scorte ma acquistiamo i volumi in base a delle analisi preventive”.

Ora Tesori di Lucania è un'azienda giovane ma già affermata, con un fatturato in positivo e in crescita e con un carnet di clienti fidelizzati composti per la maggior parte da ristoratori che non possono più fare a meno dei prodotti lucani per la definizione dei loro menù. (S. D. M.)



lizzandoci sull'esportazione esclusiva di una sola qualità che acquistiamo da un esperto cavatore lucano".

Durante il primo anno di attività i due soci decisero di prendere in gestione un punto vendita nel centro storico di Matera dove vendere al pubblico il tartufo e gli altri prodotti a marchio "Tesori di Lucania". "Dopo la crescita repentina del primo anno, però, gli affari si sono appiattiti al punto da decidere di chiudere il negozio per concentrarci sugli affari all'estero che, invece, andavano molto bene".

Lapolla tiene particolarmente a sottolineare un aspetto che non è affatto secondario. Nonostante studi recenti che dimostrano l'esistenza di caratteristiche genetiche in grado di distinguere il tartufo lucano da quello di altre regioni, si tratta ancora di un prodotto così di nicchia e che si colloca al di fuori delle abitudini alimentari della maggior parte della popolazione mondiale da risultare ancora piuttosto sconosciuto. "Per questo - continua - in attesa di un riconoscimento di una tipicità locale, allo stato attuale non è importante la sua provenienza geografica, come lo è per il vino e, in misura minore, per l'olio".

Tuttavia, l'intenzione degli imprenditori materani è quella di continuare ad investire sempre di più sul tartufo lucano per ➔

"Tesori di Lucania", a new showroom for Lucanian food and drink products, is a company in Matera, founded by Roberto Lapolla and Angela and Michele Dragone. The three partners had the same flash of inspiration: the simple but winning formula of a stake in the Lucanian food and drink delicacies bought from the small local producers scattered across the region, and exported all over the world. Amongst the best-selling products we can mention truffles, pasta, bakery products, olive oil, wine, pickles, legumes, preserves, cold cuts and cheese. Roberto Lapolla was born in Matera in 1973 and has got a degree in business economics; he explains that his company focuses its activity on the exclusivity of the marketed specialties, which are all produced and processed in Basilicata.

It is well known that the winning entrepreneurial intuitions are those which stand out even for a single detail, and details are important in the story of this idea; first of all, the will of focusing only on truly homemade products, and that of capitalising on the region's scarce notoriety.

Roberto says that, while travelling around the world he realised how appreciated Italian products are and that he has never found Lucanian products on the 'Made in Italy' shelves, and so, after having taken his degree, he decided to return to Basilicata.

Now "Tesori di Lucania" is a young but already successful company with a positive and growing turnover and a portfolio of return clients who are mainly German, British and Canadian restaurateurs. "Often it is the restaurateurs themselves who call us to organise our product tastings in their restaurants", Roberto explains.

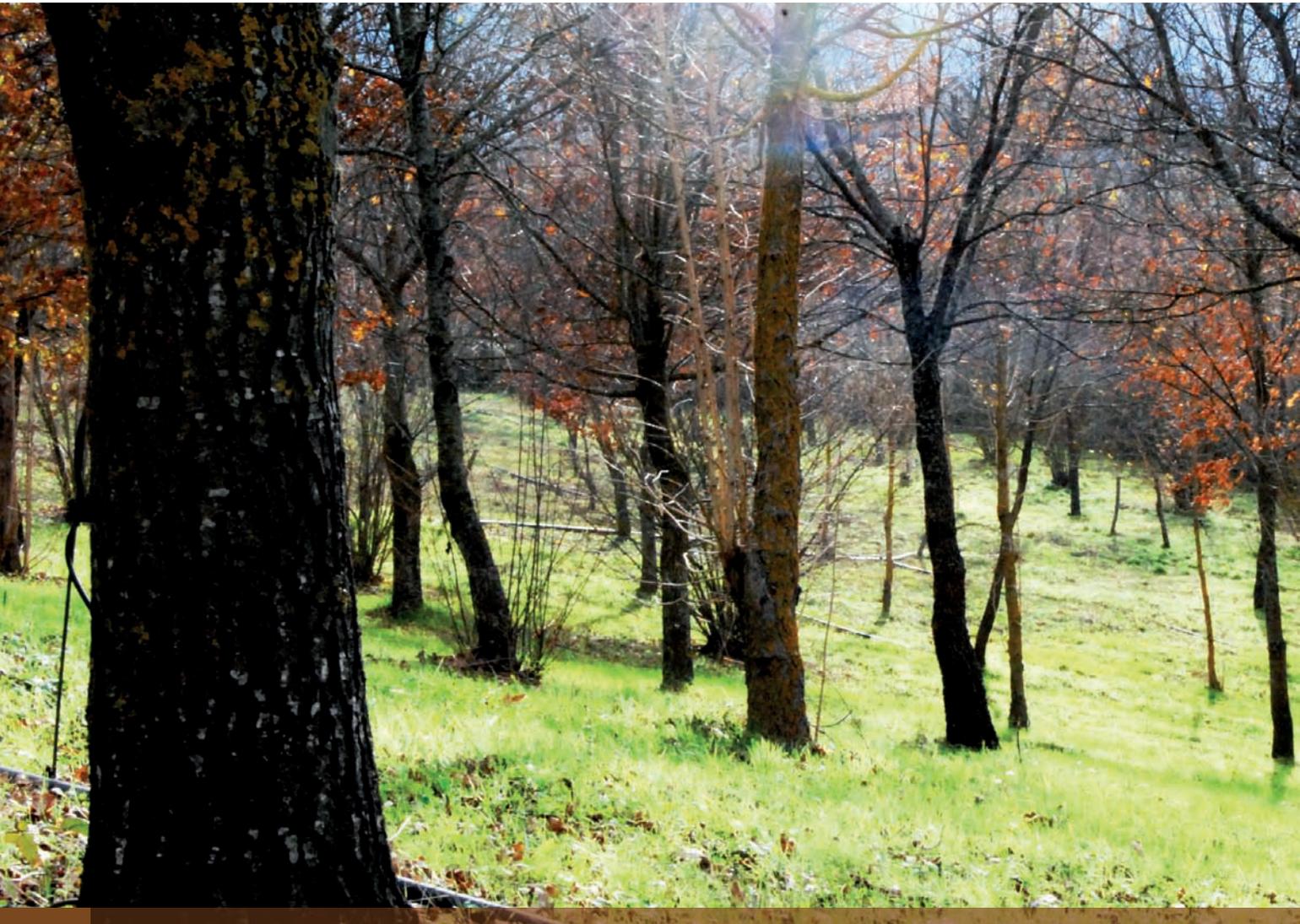
"The peculiarity of our products - Lapolla goes on - is their extremely high quality which is sufficient to protect us from competitors. We are the only company which exports these kinds of goods for a market niche which can accept nothing other than the best. The consequence of our extremely high quality is that our products are highly perishable".

The features on which the company's activity is based, require a permanent search for innovative products (the last frontier is that of coffee). The fact that they are not producers frees them from the obligation of promoting a product which has lost its attractiveness for the market, and is instead a guarantee of innovation in the field of food. Moreover, products are affected by the climatic trend of the territory. For example, thanks to the extreme humidity, 2010 was an extremely positive year for truffle production. It was worse for dried crispy peppers, another Lucanian specialty: "Often we find it difficult to gather products - continues Roberto - that is why sometimes their prices seem high".

After all, quality must be paid for and Roberto has been able to prove the validity of a basic economic rule: if a product is cheap it has little worth.

One company's specialty stands out amongst the others: the precious white truffle, which grows in the coldest and wettest valleys of Basilicata. In the case of the white truffle, which the three partners from Matera buy from a Lucanian digger and sell all over the world, the geographic provenience is not important because it is a product which is very familiar to most people. But their intention is to continue to invest in this product.

"Tesori di Lucania" is the result of a happy choice made by three young people who are motivated - we should say it - by the passion for their land. "I love travelling - finishes Roberto - it can be stressful sometimes, but he who stops, is lost".



vari motivi. Prima di tutto la qualità eccellente dei tartufi made in Lucania, in secondo luogo l'ottimo rapporto qualità/prezzo che permette di ottenere buoni margini di guadagno.

Infine, perché esso rappresenta la chiave per entrare in nuovi mercati, specialmente in quello canadese, dove esiste un alto potere di acquisto per via del rapporto favorevole tra dollaro ed euro.

I principali mercati di esportazione dell'azienda sono la Germania per il 70%, l'Inghilterra per il 20% e il resto del mondo per il 10%. A detta di Roberto Lapolla pare che la Germania sia il paese che più di ogni altro gradisca i prodotti italiani. "Oltre alla vicinanza geografica con il nostro paese e alla presenza di numerosi emigranti italiani, in Germania ormai esiste una consapevolezza diffusa della qualità e della varietà dei nostri alimenti - chiarisce Roberto - al punto che i tedeschi sanno riconoscere la differenza tra un prodotto ed un altro". Lo ha potuto constatare sul campo: "Spesso sono gli stessi ristoratori che ci chia-





Mariano Silletti

mano per organizzare le degustazioni dei nostri prodotti nei loro ristoranti alle quali partecipano i loro clienti più affezionati, i giornalisti di settore, e altri ristoratori. È questo il nostro principale veicolo di promozione”, spiega Roberto.

“Tesori di Lucania” si fonda sulla continua ricerca di prodotti innovativi (l’ultima frontiera è quella del caffè), pur considerando sempre le esigenze degli acquirenti finali. Il fatto di non essere produttori li rende liberi dall’obbligo di dover necessariamente spingere un prodotto che risulta ormai privo di attrattiva per il mercato ed è garanzia, invece, di una continua innovazione e ricerca nel campo alimentare. Inoltre, non trattandosi di una produzione industriale, i prodotti esportati dall’azienda materana sono soggetti all’andamento climatico del territorio.

Il 2010, per esempio, in virtù dell’eccessiva umidità, è stato un anno particolarmente felice per la produzione del tar tufo, che quindi vanta un ottimo rapporto qualità/prezzo. “Infatti - continua Lapolla - se il clima garantirà ancora un elevato tasso di umidità come quest’anno è certo che continueremo a concentrarci molto sul bianco pregiato”. Per lo stesso motivo è andata meno bene per i peperoni cruschi, altra tipicità lucana. “Spesso abbiamo noi stessi difficoltà a reperire i prodotti, - continua Roberto - ecco perché il prezzo a volte può apparire particolarmente alto”.

Del resto, la qualità si paga e Roberto, nel corso della sua attività, ha potuto provare la validità di una regola economica basilare: se un prodotto costa poco, vale poco.

“Tesori di Lucania” è il risultato di una scelta felice fatta da tre ragazzi amanti della cucina semplice e genuina e mossi - è proprio il caso di dirlo - dalla passione per la loro terra. “Amo viaggiare e grazie al mio lavoro sono sempre in giro - conclude Roberto - a volte può risultare stressante, ma chi si ferma è perduto”.



Michele Morelli